

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
PORTAL DISTRO ONLINE DISTROID.COM
BESERTA MEDIA AKTIVASINYA**



Nanda Mahardhika
NIM. 0811756 024

Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai
salah satu syarat untuk memperoleh
gelar sarjana S-1 dalam bidang
Desain Komunikasi Visual
2014

Tugas Akhir Penciptaan berjudul:

**“PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL PORTAL DISTRO
ONLINE DISTROID.COM BESERTA MEDIA AKTIVASINYA”**

diajukan oleh Nanda Mahardhika, NIM 081 1756 024, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 23 Juni 2014 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/Anggota

M. Faizal Rochman, S.Sn., MT.

NIP. 19780221 200501 1002

Pembimbing II/Anggota

P. Gogor Bangsa, S.Sn., M.Sn.

NIP 19700106 200801 1 017

Cognate/Anggota

Drs. Arif Agung S., M.Sn.

NIP 196711161983031001

Ketua Program Studi/ Anggota

Drs. Hartono Karnadi, M.Sn.

NIP. 19650209 199512 1001

Ketua Jurusan Desain/Ketua

M. Sholahuddin, S.Sn., M.T.

NIP 19701019 199903 1 001

Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta,

Dr. Suastiwi Triatmodjo, M.Des.

NIP. 19590802 198803 2 002

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul **“PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL PORTAL DISTRO ONLINE DISTROID.COM BESERTA MEDIA AKTIVASINYA”** merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari penulis sendiri, baik dari naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari Laporan Tugas Akhir ini. Apabila terdapat karya orang lain, penulis akan mencantumkan sumber secara jelas.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.



Yogyakarta, 23 Juni 2014

Nanda Mahardhika



Kupersembahkan untuk Bapak dan Ibuku tercinta...

Simbah Bronto Diharjo...

dan semua orang yang kusayangi...

“Terkadang kita harus mulai berlari, untuk bisa berjalan”
-Tony Stark-



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur Penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat, kasih karunia, dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir karya desain berjudul **“PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL PORTAL DISTRO ONLINE DISTROID.COM BESERTA MEDIA AKTIVASINYA”**.

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, bisa diibaratkan sebagai sebuah perjalanan panjang dan melelahkan melelahkan, banyak kendala dan tantangan baik dari dalam diri sendiri maupun dari luar yang dihadapi. Namun berkat bantuan, dorongan serta masukan dari banyak pihak, berbagai hambatan yang dihadapi kiranya dapat diatasi. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan beribu-ribu terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan perancangan Tugas Akhir ini kepada:

1. Ibu Dr. Suastiwi, M.des., selaku Dekan Fakultas Seni Rupa
2. Bapak M. Sholahuddin, S.Sn., M.T. selaku ketua program studi Disain, Fakultas Seni Rupa ISI Yogyakarta
3. Bapak Drs. Hartono Karnadi, M.Sn., selaku ketua program studi DKV ISI Yogyakarta
4. Bapak Faizal Rochman, S.Sn., M.T. selaku dosen pembimbing I atas arahan, ide segar, dan kesabarannya selama menyelesaikan Tugas Akhir ini.
5. Bapak P. Gogor Bangsa, M.Sn. selaku dosen pembimbing II atas segala semangat, arahan, dan bimbingannya dalam menyelesaikan Tugas Akhir
6. Bapak Arif Agus S., M.Sn. selaku Cognate sidang ugas Akhir yang telah banyak memberikan masukan penting.
7. Seluruh dosen, staf pengajar dan karyawan DKV ISI Yogyakarta
8. Keluarga tercinta, Bapak Kituk Wignyo Atmojo dan Ibu Nok Ningsih yang telah merawat serta mendidik sejak lahir hingga sekarang. Serta Whenni Amelia, Zain “Gempil” Nurohman, Rayya, Lantang, dan Pulung Afdriani yang selalu menjadi motifasi tersendiri dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

9. Galuh Nilamsari, kekasih dan sahabat terbaik yang selalu memberikan semangat, motivasi, doa, kasih sayang dan tempat berbagi cerita.

Luph U :*

10. Sahabat yang selalu memberi kebahagiaan dan motivasi dalam setiap candaan dan ejekannya, Budi, Vian, Rato, Rembrandt, Mario, Deni, Abe, Amirul, Risna, Ari, Galuh, Adit, Aulia, Panji, Tari, Tofa, Udin, Dipo, Febri, Putu, Wiko, Danu, Prima dan semua teman-teman Langit Biru 2008.
11. Group WA Pejuang Tugas Akhir atas segala informasi baik yang penting maupun yang sama sekali tidak penting.
12. Eka dan Yoyo atas segala bantuan pengerjaan Codingnya sampai tidak tidur dalam beberapa hari.
13. Teman-teman Klavis, mari berjuang kawan! Saya sudah Lulus.
14. Ibu Rosalina Omega atas segala motivasi dan kelonggaran deadline dalam pengerjaan Tugas Akhir ini.
15. Teman-teman IMP dan IMM
16. Serta Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, semoga Tuhan membalas kebaikan hati kalian semua.

Penulis menyadari bahwa karya Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna mengingat keterbatasan, kemampuan, serta pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan masukan dan saran yang membangun dari penyimak.

Akhir kata penulis mengucapkan banyak terimakasih dan berharap agar karya Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

Yogyakarta, 23 Juni 2014

Nanda Mahardhika

ABSTRAK

Perancangan Komunikasi Visual Portal Distro Online Distroid.com beserta Media Aktivasinya adalah sebuah perancangan yang memberi media baru bagi para pemilik merek *clothing* yang berakar dari komunitas anak muda untuk memasarkan produknya secara lebih luas dalam 1 wadah website.

Website distroid.com ini berisikan produk-produk distro dari produsen merek clothing indie. Para pemilik merek yang sudah mendaftar terlebih dahulu bisa mengupload produknya secara mandiri.

Perancangan ini difokuskan pada media utama yaitu portal website dengan domain: distroid.com. Perancangan website dimulai dari perancangan *user experience* hingga desain *user interface* website. Selanjutnya perancangan komunikasi visual aktivasi untuk mengenalkan distroid.com kepada masyarakat luas dengan berbagai media.

Perancangan tersebut diwujudkan melalui identifikasi dan analisis secara ilmiah untuk menghasilkan suatu perancangan komunikasi visual yang tepat, efektif dan estetik sesuai target yang diinginkan.

Kata-kata kunci: Distro, Komunitas, Website, Bisnis Online, User Experience, User Interface

ABSTRACT

Design Visual Communication Portal Distro Online Distroid.com with Activation Media is a design that gives the new media for the owner of the clothing brand which is rooted in a young community to market their products more broadly in one forum website.

Website distroid.com contains distro products from indie clothing brand manufacturers. The owners of the brand who have registered in advance can upload their products independently.

The design is focused on the main media portal website with the domain: distroid.com. Designing websites start from designing the user experience until designing the user interface website. Furthermore, the activation of visual communication design is to introduce distroid.com to the general public with a variety of media.

The design is realized through the identification and scientific analysis to produce a visual communication design which are appropriate, effective, and aestheticsl to the expected target.

Key words: Distro, Communities, Websites, Mobile, User Experience, User Interface

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Judul Tugas Akhir	1
B. Latar Belakang Masalah	1
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Perancangan	5
E. Batasan Lingkup Perancangan	6
F. Manfaat Perancangan	6
G. Metodologi Perancangan	6
H. Sistematika Perancangan	7
I. Skematika Perancangan	10
BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS	11
A. Identifikasi Data	11
1. Tinjauan Tentang Distro	11
2. Tinjauan Tentang Website	13
3. Tinjauan Tentang Bisnis Online	18
4. Tahapan Pembuatan Website	25
5. Tinjauan <i>Integrated Marketing Communications</i>	34
6. Tinjauan <i>New Wave Marketing</i>	37
7. Identifikasi Target Audience	45
B. Analisis	48
1. Analisis Media	48
2. Analisis Pesaing	50

3. Analisis SWOT	53
C. Data Pengguna Internet di Indonesia.....	54
D. Kesimpulan Analisis	58
BAB III KONSEP PERANCANGAN	60
A. Konsep Komunikasi	60
1. Tujuan Komunikasi	60
2. Strategi Komunikasi	60
B. Konsep Media	62
1. Tujuan Media	62
2. Strategi Media	63
3. Khalayak Sasaran	64
4. Panduan Media	64
5. Program Media	69
6. Jadwal Media	70
C. Konsep Kreatif	71
1. Tujuan Kreatif	71
2. Strategi Kreatif	71
3. Program Kreatif	74
BAB IV VISUALISASI	91
A. Sinopsis	91
1. Studi Tipografi	92
2. Studi Ikon Aplikasi	92
B. Studi Visual	92
1. Studi Tipografi	92
2. Studi Logo	94
3. Studi Ikon	96
4. Studi Ilustrasi	105
5. Layout Halaman Website	111
6. Tampilan <i>Hover</i> dan <i>Dropdown</i>	121
7. Tampilan <i>Responsive web Design</i>	124

C. Media Aktivasi	126
1. Aktivasi Online	126
2. Aktivasi Offline.....	127
BAB V PENUTUP	133
A. Kesimpulan	133
B. Saran.....	134
DAFTAR PUSTAKA	136



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Website tokobagus.com	4
Gambar 2: Bagan Skema Perancangan	10
Gambar 3: Gambar Distro pada masa sekarang	13
Gambar 4: GambarContoh tampilan <i>responsive website</i>	17
Gambar 5: Contoh website penyedia iklan	25
Gambar 6: website zalora.co.id	50
Gambar 7: website gantibaju.com	52
Gambar 8: Gambar suasana acara kickfest	69
Gambar 9: Gambar kalender media	70
Gambar 10: Alur pengunjung website distroid.com	72
Gambar 11: Alur penjualwebsite distroid.com	73
Gambar 12: Gaya desain vector	76
Gambar 13: Warna dalam perancangan	77
Gambar 14: Sitemap website distroid.com	81
Gambar 15: Layout top index	82
Gambar 16: Alur media perancangan	91
Gambar 17: Api dan sarang lebah	94
Gambar 18: Sketsa logo distroid	95
Gambar 19: Alternatif logo DISTROID	95
Gambar 20: Logo terpilih distroid.com	96
Gambar 21: Penjaringan ide visual ikon komunitas	96
Gambar 22: Sketsa ikon komunitas	97
Gambar 23: Ikon terpilih komunitas extreme sport	98
Gambar 24: Ikon terpilih komunitas motor	98
Gambar 25: Ikon terpilih komunitas bola	99
Gambar 26: Ikon terpilih komunitas musik	99
Gambar 27: Penjaringan ide visual ikon komunitas	105
Gambar 28: Sketsa ilustrasi komunitas extreme sport	106
Gambar 29: Sketsa ilustrasi komunitas musik	106
Gambar 30: Sketsa ilustrasi komunitas bola	107

Gambar 31: Sketsa ilustrasi komunitas motor.....	107
Gambar 32: ilustrasi komunitas extreme sport.....	108
Gambar 33: ilustrasi komunitas musik	108
Gambar 34: ilustrasi komunitas sepakbola	109
Gambar 35: ilustrasi komunitas motor.....	109
Gambar 36: sketsa background	110
Gambar 37: background ikon komunitas halaman home.....	111
Gambar 38: sketsa halaman home	111
Gambar 39: sketsa halaman pengenalan	112
Gambar 40: sketsa halaman komunitas.....	112
Gambar 41: sketsa halaman distro	113
Gambar 42: sketsa halaman detail produk	113
Gambar 43: final artwork halaman home.....	114
Gambar 44: final artwork halaman pengenalan.....	115
Gambar 45: final artwork halaman komunitas	116
Gambar 46: final artwork halaman distro	117
Gambar 47: final artwork halaman komunitas	118
Gambar 48: final artwork halaman konfirmasi pembayaran.....	119
Gambar 49: final artwork halaman hasil pencarian.....	119
Gambar 50: final artwork pop up keranjang belanja	120
Gambar 51: final artwork pop up sign up	120
Gambar 52: final artwork pop up login.....	121
Gambar 53: hover ikon komunitas	121
Gambar 54: hover dan dropdown navigasi website.....	122
Gambar 55: hover dan dropdown pencarian produk	122
Gambar 56: hover kategori produk.....	123
Gambar 57: hover halaman	123
Gambar 58: tampilan website pada tablet 7 inch.....	124
Gambar 59: tampilan website pada smartphone 4 inch	125
Gambar 60: web ads banner pada website kaskus.co.id	126
Gambar 61: tampilan facebook banner	126
Gambar 62: tampilan twitter banner	127

Gambar 63: tampilan media aktivasi poster.....	127
Gambar 64: tampilan desain mural.....	128
Gambar 65: tampilan aplikasi mural.....	128
Gambar 66: media aktivasi kaos.....	129
Gambar 67: media aktivasi stiker	129
Gambar 68: media aktivasi flyer	130
Gambar 69: tampilan stand launching website.....	130
Gambar 70: media aktivasi pin.....	131
Gambar 71: media aktivasi totebag	131
Gambar 72: media aktivasi gantungan kunci	132
Gambar 73: media aktivasi mug	132



BAB I

PENDAHULUAN

A. Judul Tugas Akhir

Perancangan Komunikasi Visual Portal Distro Online Distroid.com
Beserta Media Aktivasinya

B. Latar Belakang Masalah

Distro merupakan sebuah singkatan dari *distribution store* atau *distribution outlet*. Jenis toko ini menjual berbagai macam barang fesyen, seperti kaos, celana, sepatu, topi, maupun berbagai pernik fesyen lainnya dengan merek indie (*independent*). Biasanya setiap produk tidak diproduksi secara massal agar setiap produknya terkesan *eksklusif*. (Agustian:2013:1)

Konsep distro berawal dari semangat anak muda dan anti kemapanan, yang lahir dari komunitas musik, punk, maupun skateboard di kota Bandung pada pertengahan tahun 1990-an. Awalnya komunitas-komunitas tersebut berusaha menjual *merchandise* mereka seperti CD/kaset, kaos, dan sticker, di tempat mereka melakukan pertunjukan ataupun *event* sebagai bentuk ekspresi untuk menampilkan jati diri dan identitas anggota komunitasnya. Namun seiring bertambahnya permintaan akan produk *merchandise*, mereka mulai memakai tempat-tempat lain seperti garasi atau teras rumah untuk tempat berjualan. Inilah bentuk awal dari distro.

Kini industri distro sudah sangat berkembang, tidak hanya di kota Bandung, industri distro mulai berkembang di kota-kota besar di Indonesia, seperti Jakarta, Jogjakarta, Surabaya, Makasar, Medan, maupun Denpasar Bali, bahkan hingga sampai ke luar negeri.

Semangat militan dalam desain baju distro mungkin kini telah bergeser menjadi gaya hidup semata. Namun tidak bisa dipungkiri, perkembangan distro yang sedemikian pesatnya beberapa tahun terakhir ini, tetap merupakan gejala dan gairah anak muda masa kini. (Yektiningsih, 2010:47)

Saat ini distro tidak lagi milik komunitas-komunitas anak muda. Distro kini sudah berkembang menjadi sebuah bisnis yang sangat menjanjikan. Bahkan menurut Wayah S Wirot, (<http://www.antaranews.com/berita/1184763825/> industri-distro-capai-omzet-ratusan-miliar-rupiah-per-tahun, akses Minggu, 24 Februari 2013) Wakil Rektor Bidang Kerjasama dan Marketing Universitas Bina Nusantara, dalam seminar "Indonesian Creative Industry Mapping" di Bandung, mengatakan tingginya nilai pemasukan industri kreatif ini merupakan potensi yang sangat luar biasa bagi usaha industri sehingga pemetaan industri kreatif harus segera dilakukan. Ia mengatakan berdasarkan hasil penelitian, salah satu Distro yang berada di Kota Bandung mampu meraup keuntungan hingga Rp2,5 miliar per tahun.

Adapun sistem yang biasa digunakan untuk menjual sebuah produk di distro adalah dengan sistem konsinyasi. Sistem konsinyasi adalah dengan cara memproduksi terlebih dahulu lalu menitipkan ke distro-distro yang sudah ada, biasanya dengan sistem konsinyasi dibayar per 1 bulan. Biaya penitipan ini antara 20-30% untuk distro dan 80-70% untuk pemilik brand per produk. (<http://dapurproduksi.alitkids.com> akses Kamis, 28 Februari 2013)

Dengan sistem ini biasanya distro-distro banyak dipenuhi dengan berbagai macam merek dari berbagai macam aliran (*genre*). Bagi pemilik distro, hal ini tentu sangat menguntungkan, karena tanpa perlu modal

untuk memproduksi, mereka bisa meraup keuntungan. Namun bagi produsen dan pemilik merek, sistem penjualan seperti ini kurang menguntungkan, karena mereka hanya bisa menunggu dan berharap produknya bisa bersaing dengan produk sejenis dan laris terjual.

Dengan sistem diatas, pada dewasa ini hanya pemain besar dengan modal yang besar yang dapat bertahan dan berkembang dari bisnis distro ini. Para produsen dari industri kecil menengah yang mempunyai modal terbatas banyak yang gulung tikar dan sedikit yang bisa bertahan dan menjadi besar. Padahal esensi dari produk distro sendiri merupakan semangat *indie* yang anti kemapanan.

Sebenarnya industri distro ini peluangnya masih sangat terbuka lebar. Karena produk dari industri distro bukanlah sesuatu yang bisa diproduksi masal. Sehingga selama masih ada kreativitas dan layak untuk dijual maka peluang usahanya masih sangat besar. (majalah Concept, Maret 2011 :62). Oleh sebab itu perlu adanya satu perancangan satu wadah yang dapat memfasilitasi para produsen produk distro untuk mengkomunikasikan dan memasarkan produknya secara langsung, lebih luas, efektif dan tepat sasaran. Sehingga para produsen produk distro tidak lagi hanya menunggu dan mempercayakan produknya laku terjual pada sebuah distro.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, gaya hidup masyarakat dalam mengakses informasi juga berubah. Saat ini setiap orang biasa mengakses informasi melalui internet. Mereka dapat bekerja di rumah, memonitoring usahanya, bahkan berbelanja melalui internet. Di Indonesia sendiri pengguna internet aktif mencapai 61 juta orang, dengan mayoritas pengguna adalah anak muda berusia 15-35 tahun. Dari pengguna internet di Indonesia tersebut, sekitar 3,7 juta pengguna sering melakukan pembelian internet dan produk yang sering dibeli merupakan produk-produk fesyen. (the-marketeers.com, diakses 16 Agustus 2013)

Para pengguna internet yang melakukan belanja online biasa memanfaatkan berbagai situs portal jual beli online. Portal distro online merupakan sebuah website yang bisa diakses oleh banyak penjual. Penjual ini mempunyai akses untuk mengupload foto dari produknya dan dapat mengelompokkan ke dalam kategori tertentu. Sehingga produknya dapat dilihat langsung oleh target yang disasar dan memungkinkan terjadinya transaksi pembelian.

Situs portal jual beli online mulai muncul pada tahun 1999, ditandai dengan berdirinya kaskus, yang pada waktu itu masih berbentuk website forum. Pada waktu itu, pengguna internet di Indonesia belum terbiasa jual beli melalui internet. Baru pada sekitar tahun 2010, pengguna Internet di Indonesia mulai terbiasa dengan jual beli online ketika website tokobagus.com, berniaga.com, maupun blibli.com mulai gencar memasarkan websitenya melalui berbagai media di Indonesia. Semakin hari, situs jual beli online semakin banyak digunakan oleh pengguna internet di Indonesia untuk berjual beli. (sharingvision.com/2013/10/perkembangan-e-commerce-di indonesia/, akses 1 Mei 2014)



Gambar 1. website tokobagus.com
(Sumber: tokobagus.com, 2013)

Situs portal jual beli online yang berkembang saat ini, barang yang diperjualbelikan masih sangat umum. Belum ada yang secara spesifik menyasar produk fesyen terutama produk distro.

Perancangan portal website dirasa paling tepat, mengingat pangsa pasar dari distro ini sendiri sebagian merupakan anak muda yang berusia 15-25 tahun dan produk yang dijual merupakan produk fesyen.

Pada perancangan ini, tidak hanya terbatas pada perancangan komunikasi visual portal distro online saja, namun juga perancangan komunikasi visual media aktivasi website baik secara *online* maupun secara *offline*. Aktivasi ini bertujuan untuk mengenalkan website distroid.com sebagai portal distro online yang didalamnya terdapat banyak display produk yang biasa ada di distro ataupun produk *merchandise* dari suatu komunitas kepada masyarakat umum.

C. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang website distroid.com sebagai sebuah portal distro online beserta media aktivasinya yang efektif, menarik, dan tepat sasaran secara strategi maupun estetis?

D. Tujuan Perancangan

Menciptakan suatu rancangan konsep portal distro online yang tepat dan estetik serta perancangan konsep strategi aktivasi yang tepat, efektif, dan menarik sesuai dengan target audience.

Melalui perancangan portal distro online ini, diharapkan para produsen dan pemilik merek *clothing* dapat memasarkan dan mengkomunikasikan produknya secara online dalam satu wadah. Bagi masyarakat umum portal distro online ini dapat menjadi jendela serta sarana alternatif untuk membeli sebuah produk *clothing*.

E. Batasan Lingkup Perancangan

Perancangan ini difokuskan pada media utama yaitu portal website dengan domain: distroid.com. Perancangan website dimulai dari perancangan *user experience* hingga desain *user interface* website. Selanjutnya perancangan komunikasi visual aktivasi untuk mengenalkan distroid.com kepada masyarakat luas dengan berbagai media.

F. Manfaat Perancangan

1. Bagi Produsen dan pemilik merek produk distro

Sebagai alternatif sarana dan wadah untuk memasarkan dan mengkomunikasikan produknya melalui internet, sehingga terjadi peningkatan penjualan dengan daerah pemasaran yang lebih luas.

2. Bagi mahasiswa

Merupakan proses pembelajaran bagaimana merancang konsep komunikasi visual portal distro online beserta konsep strategi aktivasinya yang tepat, efektif, dan menarik di era internet.

G. Metodologi Perancangan

Adapun metode yang digunakan dalam pengumpulan data, nantinya menggunakan metode:

1. Metode Pengumpulan data

Melakukan pengumpulan data mengenai teori-teori untuk merancang sebuah website yang efektif dan menarik beserta media aktivasinya. Dalam pengumpulan data ini, dalam pengumpulan data ini diharapkan dapat memberikan teori mengenai elemen-elemen dasar yang diperlukan untuk membangun suatu konstruksi yang kokoh dalam perancangan.

Pengumpulan data akan dilakukan dengan cara ;

- a. Penelitian Pustaka, sebagai referensi dari sumber-sumber yang memuat informasi mengenai topik perancangan dan landasan teori yang digunakan. sumber-sumber dapat berupa buku, artikel media massa dan literatur lain yang berkaitan dengan topik perancangan.
- b. Studi Dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data secara langsung berupa foto hasil survei lapangan untuk mendapatkan fakta yang akurat dan sebagai acuan ilustrasi dalam mendisain.

2. Metode Analisis Data

Metode Analisa Data dilakukan dengan melakukan tinjauan terhadap masalah yang menjadi fokus perancangan melalui penggalian referensi kepustakaan yang dikaitkan dengan unsur-unsur visual yang relevan, meliputi unsur warna, jenis huruf (tipografi) layout, dan gaya penampilan grafis. Analisa tersebut diperkuat dengan metode 5W + 1H (*what, where, when, who, why + how*)

3. Sintetis

Proses sintesis meliputi usulan perencanaan media, baik media utama maupun media aktivasi dan perencanaan kreatif sesuai target yang disasar. Dengan mengacu pada hasil perencanaan kreatif dapat dibuat perancangan karya desain (*artwork*) sebagai hasil akhir.

H. Sistematika perancangan

Sistematika perancangan dilakukan agar perancangan nantinya tetap searah dengan sistematis dan mengacu pada rumusan masalah. Pada perancangan ini sistematikanya adalah sebagai berikut:

Pada Bab I akan berisi :

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Rumusan Masalah
- C. Tujuan Perancangan
- D. Batasan Masalah

E. Metode Perancangan

F. Sistematika Perancangan

G. Skematika Perancangan

Bab II akan berisi identifikasi Masalah yang akan dijabarkan sebagai berikut:

A. Identifikasi Data

1. Tinjauan tentang distro
2. Tinjauan tentang website
 - a. Pengertian website
 - b. Sejarah dan perkembangan
3. Tinjauan tentang bisnis online
4. Tahapan pembuatan website
 - a. *Planning*
 - b. *Designing*
 - c. *Scripting*
 - d. *Testing*
 - e. *Maintenance*
5. Tinjauan *New Wave Marketing*

B. Analisis Data

C. Data Pengguna Internet di Indonesia

D. Kesimpulan Analisis

Pada Bab III, yaitu konsep Perancangan akan berisi tentang :

A. Konsep Komunikasi

1. Tujuan Komunikasi
2. Strategi Komunikasi

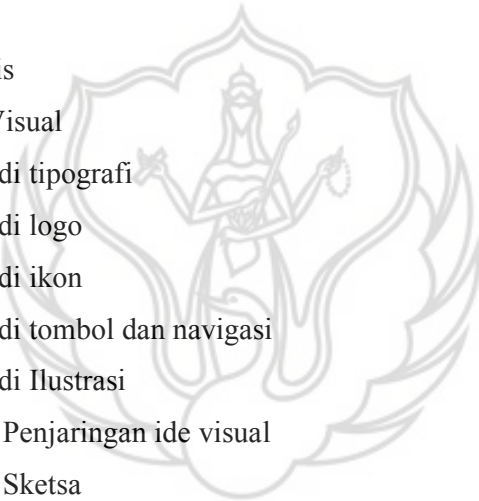
B. Konsep Media

1. Tujuan Media
2. Strategi Media
 - a. Media Utama
 - b. Media Aktivasi
3. Khayalak Sasaran

4. Panduan Media
 5. Program Media
 6. Jadwal Media
- A. Konsep Kreatif
1. Tujuan Kreatif
 - a. Website
 - b. Media aktivasi
 2. Strategi Kreatif
 - a. Website
 - b. Media Aktivasi

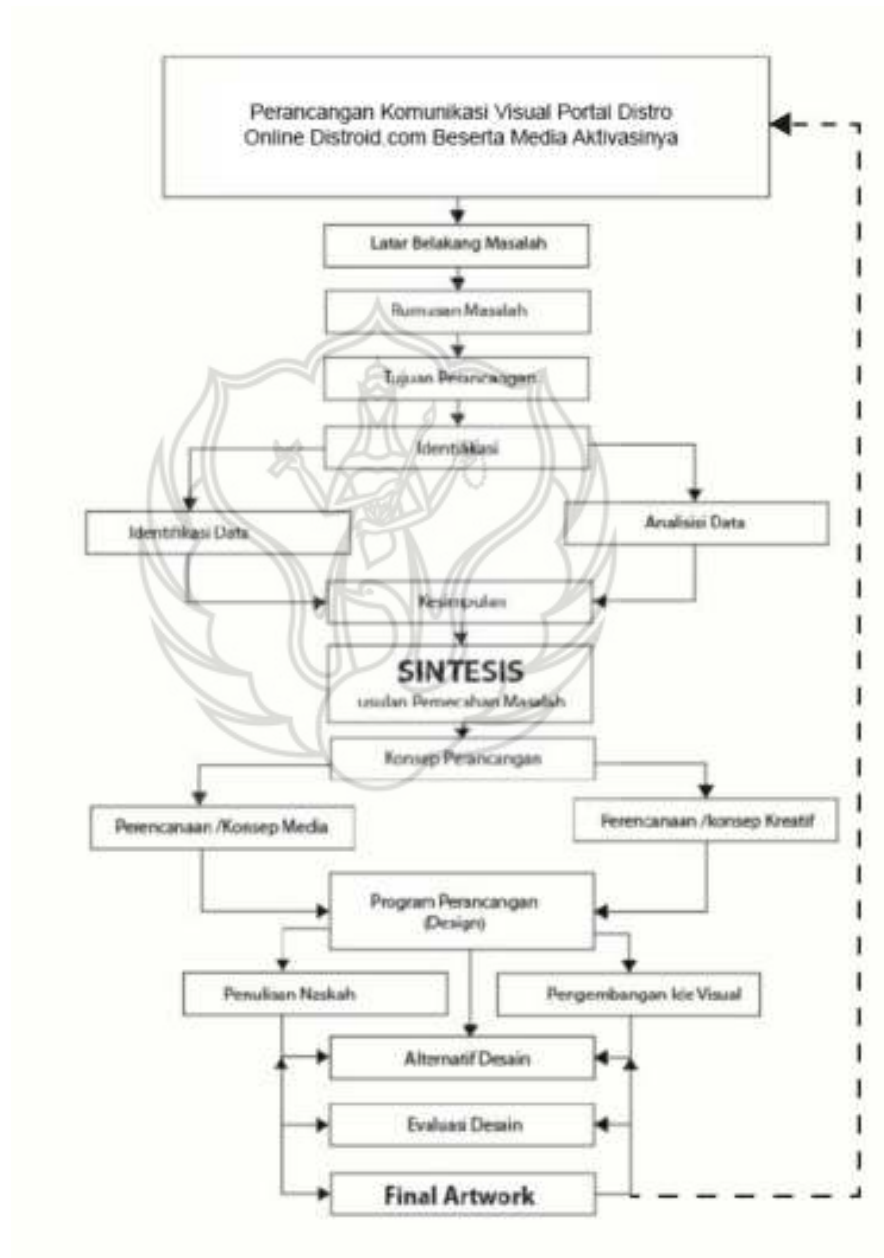
Bab IV

- A. Sinopsis
- B. Studi Visual
1. Studi tipografi
 2. Studi logo
 3. Studi ikon
 4. Studi tombol dan navigasi
 5. Studi Ilustrasi
 - a. Penjaringan ide visual
 - b. Sketsa
 - c. Final artwork
 6. Layout halaman website
 - a. Sketsa
 - b. Wireframe
 - c. Final desain
- C. Media Aktivasi
1. Aktivasi *online*
 2. Aktivasi *offline*



I. Skematika Prosedur Perancangan

Langkah – langkah penelitian untuk perancangan, seperti yang terdapat *flow chart* dibawah ini :



Gambar 2. Bagan skema perancangan
(Nanda Mahardhika, 2013)